

Stadt Heidelberg

Drucksache:
0103/2021/IV

Datum:
09.04.2021

Federführung:
Dezernat I, Amt für Wirtschaftsförderung und Wissenschaft

Beteiligung:
Dezernat II, Amt für Stadtentwicklung und Statistik

Betreff:

**Wirtschaftsoffensive
Zukunft Einkaufsinnenstadt**

Informationsvorlage

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Kenntnis genommen:	Handzeichen:
Ausschuss für Wirtschaft und Wissenschaft	21.04.2021	Ö	() ja () nein () ohne	
Gemeinderat	06.05.2021	Ö	() ja () nein () ohne	

Zusammenfassung der Information:

Der Ausschuss für Wirtschaft und Wissenschaft und der Gemeinderat nehmen die Inhalte der Informationsvorlage zur Kenntnis.

Finanzielle Auswirkungen:

Bezeichnung:	Betrag in Euro:
Ausgaben / Gesamtkosten:	
• keine	
Einnahmen:	
• keine	
Finanzierung:	
• keine	
Folgekosten:	
• keine	

Zusammenfassung der Begründung:

Die Informationsvorlage bezieht sich auf den Antrag der CDU „Konzept erarbeiten: Pakt für lebendige Innenstadt und Stadtteile nach der Corona-Pandemie“. Im Rahmen der Vorlage wird ein Prozess vorgestellt, mit dem Ziel, daraus konkrete Maßnahmen zur Umsetzung zur Stärkung der Innenstadt zu entwickeln.

Begründung:

1. Corona-Pandemie setzt Einkaufslagen unter Druck

Die Corona-Pandemie und die damit einhergehenden Schließungsanordnungen für Einzelhandelsbetriebe führen zu existenzbedrohenden Umsatzverlusten im stationären Einzelhandel aber auch in der Gastronomie. Beides sind profilbildende Nutzungen in den Haupteinkaufslagen, wodurch Stadtteilzentren und die Innenstadt unter Druck geraten. Effekte wie Verdrängungswettbewerbe durch den Onlinehandel sowie Prozesse zur Digitalisierung im Handel werden durch die Corona-Pandemie deutlich beschleunigt. Die stationären Betriebe haben es schwer, mit der aktuellen Dynamik schrittzuhalten, zumal die wirtschaftlichen Voraussetzungen für Innovationen zur Digitalisierung durch stark reduzierte Einnahmen nicht gegeben sind.

2. Multifunktionalität als gute Ausgangslage der Heidelberger Innenstadt

Die Heidelberger Innenstadt erstreckt sich über die Heidelberger Altstadt und Teile Bergheims. Zahlreiche Einzelhandelsgeschäfte, Bars, Cafes und Restaurants aber auch Galerien, Handwerksbetriebe wie Bäckereien, Metzger und Augenoptiker, kulturelle Einrichtungen wie das Theater, Museen und Kinos prägen das Bild der Erdgeschosses, während in den darüber liegenden Geschossen Wohnen die prägende Nutzung ist. Darüber hinaus finden in der Heidelberger Innenstadt die Universität, Behörden, Dienstleister, Ärzte, Schulen und Kindergärten ihre Bleibe und tragen ihren Teil zu einer multifunktionalen Innenstadt bei. Die im Krieg nicht zerstörte historische Altstadt mit ihren attraktiven Gebäuden und Plätzen ist mehr als nur Kulisse für einen attraktiven Standort. Die sehr kleinteilige Heidelberger Altstadt unterscheidet sich durch ihre eigene Charakteristik von vielen Standorten in der Region und in Deutschland.

Die jüngsten Ergebnisse der Studie „Vitale Innenstädte“ des Instituts für Handelsforschung attestiert Heidelberg eine insgesamt gute Bewertung mit einer Schulnote für die Gesamtattraktivität von 2,1. Für die Untersuchung „Vitale Innenstädte“ wurden in 107 teilnehmenden deutschen Städten aller Größen und Regionen zeitgleich Innenstadtbesucher*innen zu ihren Einkaufsgewohnheiten und der Attraktivität der Innenstadt befragt. Die Datenerhebung erfolgte zwischen Ende September und Mitte Oktober 2020 anhand eines einheitlichen Fragebogens. Insgesamt sind so rund 58.500 persönliche Interviews geführt und Noten vergeben worden.

3. Besondere Merkmale der Heidelberger Innenstadt anhand der Studie „Vitale Innenstädte“

Heidelberg zählt in seiner Gesamtbewertung zu den attraktivsten Innenstädten. Sehr gute Bewertungen gaben die Innenstadtbesucher*innen dem Gastronomieangebot, dem allgemeinen Ambiente und Flair, den Gebäuden und Fassaden und den Sehenswürdigkeiten sowie der Lebendigkeit.

Gut bewertet wurden das Freizeit- und Kulturangebot, das Dienstleistungsangebot, das Veranstaltungsangebot sowie die Plätze und Wege aber auch der Erlebniswert und die Sauberkeit. Das Einzelhandelsangebot der Innenstadt wurde mit einer Note von 2,4 noch als gut befunden. Besonders geschätzt werden die vielen oftmals kleinen inhabergeführten Facheinzelhändler.

4. Auffällig für die Heidelberger Innenstadt

Ein besonderes Merkmal und eine Abweichung zu vielen anderen Innenstädte ist, dass zwar rund 41% der Passant*innen zum Einkaufen und Bummeln in die Innenstadt gehen, dies aber im Vergleich zu anderen Städten ein unterdurchschnittlicher Wert ist. Im Durchschnitt ist der Einzelhandel zu 56% Hauptbesuchsmotiv. Überdurchschnittlich viele Besucher*innen kommen wegen der Freizeit- und Kulturangebote beziehungsweise Sightseeing (26,7% zu Ø 15,6).

5. Wertung

Die Heidelberger Innenstadt ist attraktiv, wenngleich sie sich starker Konkurrenz in einer prosperierenden Region behaupten muss. Die Einzelhändler*innen der Innenstadt befinden sich im Wettbewerb um Kunden mit den starken Einkaufsstädten in der Region und mit dem Onlinehandel, der in den letzten Jahren stetig an Umsatz zu Lasten des stationären Handels gewonnen hat. Trotz intensiver Bemühungen zur Stärkung Heidelbergs als Einkaufsstandort muss auch festgestellt werden, dass die Einzelhandelszentralität als wichtiger Indikator für die Stärke für eine Einkaufsstadt in den letzten Jahren kontinuierlich abgenommen hat, während Städte wie Mannheim an Kaufkraft gewinnen konnten.

Die große Nutzungsvielfalt ist ein positives Merkmal der Heidelberger Innenstadt, insbesondere in der Corona-Pandemie. Während Experten in vielen Fällen negative Szenarien für die Innenstädte zeichnen – begründet auf dem Wegbrechen von Einzelhandelsstrukturen als wichtigste Nutzer der Innenstadtimmobilien – befindet sich Heidelberg durch die große Nutzungsvielfalt in einer guten Ausgangsposition zur Bewältigung der Auswirkungen der aktuellen Krise. Die Verwaltung hat in den letzten Jahren unter Beweis gestellt, dass ein aktives Kümmern mit entsprechenden Ressourcen und politischer Unterstützung zu achtbaren Erfolgen zur Positionierung Heidelbergs als Einkaufsstandort führen kann.

Bereits vor der Corona-Pandemie hat die Verwaltung ein Einzelhandelsentwicklungskonzept in Auftrag gegeben. Die drei wichtigsten Ziele des Konzeptes sind

- Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt und Vitalität des innerstädtischen Heidelberger Hauptgeschäftszentrums.
- Stärkung der Stadtteilzentren als Treff-/Einkaufs- und Lebensmittelpunkte
- Flächendeckende fußläufige Erreichbarkeit von Läden mit Waren für den täglichen Bedarf (Vollversorgung).

Das Konzept wird derzeit von einem Gutachterbüro erarbeitet und im Herbst 2021 dem Gemeinderat vorgelegt. Bereits jetzt zeigt das Konzept, dass die Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels bereits als wichtige strukturelle Aufgabe erkannt wurde. Weitergehende Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt müssen in Einklang mit dem Einzelhandelskonzept stehen beziehungsweise daraus entwickelt werden.

6. Patient Einzelhandel

Trotz der guten Ausgangslage in Heidelberg sieht das Amt für Wirtschaftsförderung und Wissenschaft die Notwendigkeit, jetzt die Weichen für eine positive Zukunft des Einkaufsstandortes zu stellen. Die wirtschaftlichen und strukturellen Auswirkungen der Corona-Pandemie sind im Rahmen dieser Vorlage nicht im Einzelnen zu benennen. Es ist aber davon auszugehen, dass die Rettungsschirme und Förderprogramme nicht allen Unternehmen helfen werden und von strukturellen Probleme in einzelnen Lagen der Städte und auch in Heidelberg auszugehen ist. Ziel muss es sein, jetzt darauf zu reagieren und Einfluss zu nehmen um für die kommenden Probleme aufgestellt zu sein und auf sie reagieren zu können. Erste Indikatoren für die zu lösenden Probleme entstehen beispielsweise durch kurzfristige insolvenzbedingte Schließungen und Aufgaben stationärer Händler.

Die Corona-Pandemie führt zu Insolvenzen von renommierten Filialisten, was wiederum zu einer ungewohnten Häufung von Leerstandsituationen führt. Die Verwaltung wirkt aktiv dagegen, indem sie Kontakt aufnimmt zu Eigentümern von Einzelhandelsimmobilien um durch Beratung und Vermittlung von Kontakten zu ansiedlungswilligen Unternehmen zu unterstützen. Es zeichnet sich ab, dass weitere stationäre Einzelhandelsgeschäfte ihre Türen für immer schließen werden. Ob die bisher sehr gute Nachfragesituation, die bislang das Angebot weit überschritten hat, bestehen bleibt, ist im Moment nicht vorhersehbar. Aktuelle Gespräche mit Expansionsleitern von Filialisten geben jedoch Grund für eine verhalten positive Annahme.

Im Amt für Wirtschaftsförderung und Wissenschaft ist die Kontaktaufnahme zu Immobilieneigentümern als wichtige Stakeholder für attraktive Erdgeschosslagen und das Ausbilden eines entsprechenden Netzwerkes eine der wichtigsten Aufgaben für die Zukunft. Aktuelle Maßnahmen wie die Gestaltung von leerstehenden Ladenlokalen ist nur eine Möglichkeit, den Leerstand aus dem Blickfeld der Passanten zu rücken. Ziel ist die schnellstmögliche Wiederbelebung eines Ladenlokals durch eine Nutzung, die den Einkaufsstandort voranbringt.

Für und mit den bestehenden stationären Einzelhandelsbetrieben müssen weitere Maßnahmen entwickelt werden um die Zukunft sicher gestalten zu können und um der Wettbewerbssituation zu anderen Standorten und dem Onlinehandel so gut es geht begegnen zu können. Programme wie das 2018 erstmals durchgeführte #digitales Wirtschaften im Einzelhandel können begleitend helfen, die Unternehmen fit zu machen im Prozess der Digitalisierung.

7. Prozess und Entwicklung von konkreten Maßnahmen

Die Verwaltung erkennt den Handlungsbedarf zur Sicherung einer attraktiven und zukunftsfähigen Innenstadt als Einkaufsstandort und bindet jetzt die wesentlichen Akteure aus dem Einzelhandel in einen effektiven Prozess ein. Moderiert und fachlich begleitet durch das Amt für Wirtschaftsförderung und Wissenschaft werden Unternehmer*innen aus dem Einzelhandel selbst, Handelsverband Nordbaden, Pro Heidelberg e.V., Heidelberg Marketing, IHK Rhein-Neckar, sowie Akteure aus städtischen Ämtern zu einer Task Force eingeladen, mit dem Ziel, konkrete Maßnahmen zu erarbeiten. Dabei sollen auch strukturelle und organisatorische Maßnahmen diskutiert werden. Die Ergebnisse werden dem Gemeinderat vorgelegt. Die Umsetzung der Maßnahmen wird durch das Amt für Wirtschaftsförderung und Wissenschaft koordiniert und mit den Akteuren abgestimmt. Erste Themenfelder, mit der sich die Task Force befasst sind „Eigentümereinbindung“, „Marketing und Events“, „Erreichbarkeit“, „Digitalisierung und Innovation“. Aber auch Themen wie Stadtgestaltung, Organisationsstrukturen und Finanzierung oder die Einbindung und das Zusammenspiel unterschiedlichster Akteure werden zur Diskussion gestellt.

Die Erkenntnisse aus dem Einzelhandelskonzept können ebenfalls von der Task Force aufgegriffen werden, mit der Aufgabe an der Fortführung beziehungsweise Vertiefung zu arbeiten um weitere Maßnahmen zu entwickeln, die sich aus diesem Konzept ableiten lassen.

Das Vorgehen entspricht damit dem Beschluss des Gemeinderates in seiner Sitzung am 17.12.2020, in der die Umsetzung des Soforthilfefonds Corona beschlossen wurde. Für den Bereich Wirtschaft stehen daraus 70.000€ zur Verfügung. In der Beschlussvorlage 0415/2020/BV wurde der Anlage „Förderkonzept Bereich Wirtschaftsförderung / Kreativwirtschaft“ zugestimmt und damit dem Vorschlag, Konzepte und Maßnahmen zusammen mit dem Handel zu entwickeln die in der Stadt und im Einzelhandel zusätzliche Frequenzen erzeugen, insbesondere dann, wenn die Corona-Pandemie das wieder zulässt. Der vorgenannte Prozess und die Entwicklung von Maßnahmen knüpft damit an den Ratsbeschluss an.

Eine Übersicht über erste Maßnahmen zur Unterstützung bietet die Drucksache Nr. 0104/2021/IV „Wirtschaftsoffensive. Übersicht Hilfsmaßnahmen Dezember 2020 bis März 2021“, die ebenfalls in dieser Sitzungsfolge behandelt wird. Einige der dort genannten Projekte werden, je nach Eignung, weiter ausgebaut und auch nach der Corona-Pandemie fortgeführt werden.

Prüfung der Nachhaltigkeit der Maßnahme in Bezug auf die Ziele des Stadtentwicklungsplanes / der Lokalen Agenda Heidelberg

1. Betroffene Ziele des Stadtentwicklungsplanes

Nummer/n: (Codierung)	+/- berührt:	Ziel/e:
AB5	+	Erhalt der Einzelhandelsstruktur Begründung: Heidelberg ist als Oberzentrum Einkaufsstadt für Heidelberger*innen und für das Umland. Corona setzt den Einzelhandel unter Druck. Ziel ist die Sicherung Heidelbergs als Einkaufsstandort.
SL4	+	City als übergeordnetes Zentrum stärken Begründung: Heidelberg ist als Oberzentrum Einkaufsstadt für Heidelberger*innen und für das Umland. Corona setzt den Einzelhandel unter Druck. Ziel ist die Sicherung Heidelbergs als Einkaufsstandort.
SL3	+	Stadtteilzentren als Versorgungs- und Identifikationsräume stärken Begründung: Heidelberg ist als Oberzentrum Einkaufsstadt für Heidelberger*innen und für das Umland. Corona setzt den Einzelhandel unter Druck. Ziel ist die Sicherung Heidelbergs als Einkaufsstandort.

2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

gezeichnet

Prof. Dr. Eckart Würzner